

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Setiadi, "PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK EFEKTIFITAS KOMUNIKASI," pp. 2-3, 2016.
- [2] P. K. P. Larasati, K. D. Dwindi, A. S. Rahayu, p. Khairunisa and I. N. L. Julianto, "Efektivitas Content Creator dalam Strategi Promosi di Era Digital," p. 2, 2021.
- [3] E. Nuraeni and I. T. Junita, "Peran Content Creator pada Instagram dalam Pemasaran Produk," vol. 5, p. 2, 2019.
- [4] accurate, "Brand Image: Pengertian, Tips Meningkatkan, dan Fungsinya Bagi Bisnis," [Online]. Available: <https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-brand-image/#:~:text=Citra%20merek%20atau%20Brand%20Image,kualitas%20produksi%20barang%20itu%20sendiri..> [Accessed 30 6 2022].
- [5] D. Hermawan, "content Creator dalam kaca mata industri kreatif," pp. 2-4, 2018.
- [6] D. A. Saraswati and C. Hastasari, "Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial," vol. 9, p. 118, 2020.
- [7] A. MABRURI, 2013. [Online]. Available: <https://antonmabruri.blogspot.com/2015/12/buku-teori-dasar-editing-program-acara.html>. [Accessed 28 6 2022].
- [8] Pujiriyanto, "Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer)," in *Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer)*, yogyakarta, 2005.
- [9] "Strategi Promosi dengan Memanfaatkan Media Sosial TikTok," *Strategi Promosi dengan Memanfaatkan Media Sosial TikTok*, vol. 6, 2022.
- [10] S. Azhari and I. Ardiansah, "Efektivitas Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Platform," *justin*, vol. 10, 2022.
- [11] farradiba, "sekolahdesain," 2018. [Online]. Available: <https://sekolahdesain.com/unsur-desain-grafis/>. [Accessed 27 6 2022].